

POUR UN PITCH PARFAIT

Partie 4 - Racontez votre Histoire en Images

Transcription

[TEXTE: Pour un Pitch Parfait]

[TEXTE: Écrit et présenté par 3 Day Startup]

[TEXTE: Racontez votre Histoire en Images]

Nous avons appris ce qu'était un pitch, les différences entre un pitch d'ascenseur et un pitch formel, et comment présenter son pitch avec assurance.

Parlons maintenant des diapositives et des illustrations, et voyons comment elles peuvent rendre votre pitch plus professionnel et contribuer à transmettre l'image de marque que vous souhaitez. Voici quelques conseils de base pour réaliser votre diaporama.

Utilisez de grosses polices et des couleurs vives pour que la lecture soit confortable. Essayez de ne pas dépasser dix diapositives. Un pitch d'investisseur classique dure entre deux et quatre minutes, alors votre diaporama ne doit pas être trop long.

Passons aux illustrations. Ne présentez jamais une diapositive d'un tableau, avec une série de colonnes et de lignes. Votre public ne pourra jamais comprendre votre projet en regardant ce genre de documents.

Voici une diapositive plus structurée et avec moins de texte. C'est un peu mieux, mais le propos n'est pas encore clair. On y trouve peut-être des informations utiles sur vos télétravailleurs. Vous pourriez alors expliquer des détails importants, mais perdre l'attention du public car il serait occupé à essayer d'interpréter ces données.

Une trop grande proportion de texte rend votre diapositive moins attrayante, et votre public perd un temps précieux à essayer de comprendre votre discours.

Le diaporama est un outil qui vient seconder le discours de la personne qui présente un projet, il vaut donc mieux illustrer le propos. Un texte réduit, une statistique grande et claire, et une simple image. Grâce à cette diapositive, il est bien plus facile pour le public de comprendre le discours du présentateur et l'objectif du pitch.

Pensez à ces conseils au moment de créer votre diaporama. De manière générale, il convient de toujours penser à votre empreinte numérique, et à la façon dont votre marque est représentée sur votre site web, sur les réseaux sociaux, et dans les publicités. Cela devra apparaître clairement dans votre pitch. Vérifiez si l'ensemble est élégant, clair et professionnel. Relisez pour éviter les fautes d'orthographe. Tout ce que vous faites renvoie un message, alors pensez bien à la manière dont votre marque est perçue.

Nous allons voir ensuite comment adapter votre pitch à votre public.

Pour un programme à la hauteur de vos ambitions, rendez-vous sur yali.state.gov.

[TEXTE: Produit par le Département d'État Américain]

[TEXTE: YALI Network]

[TEXTE: yali.state.gov]

